

10. L'accessibilità dei servizi

L'accessibilità dei servizi può essere interpretata come una specificazione del principio di universalità, richiamato nel *Libro Bianco sui servizi di interesse generale*¹. Alla nozione tradizionale di accessibilità fisica e di copertura territoriale dei servizi, si aggiunge l'aspetto del rapporto fra cittadini-utenti e imprese erogatrici dei servizi pubblici. Tale rapporto, grazie all'innovazione tecnologica è profondamente cambiato e richiede specifiche modalità di valutazione di cui in questo capitolo si offrono alcuni esempi, riassumendo i risultati di alcuni studi recentemente condotti dall'Agenzia sui *contact center* e sui siti *web* delle aziende romane di servizio pubblico.

Per quanto riguarda i *contact center*, le analisi ripetute nel tempo hanno registrato un tendenziale miglioramento della qualità del contatto per quasi tutte le aziende, mentre nella media la qualità della risposta è rimasta stazionaria; l'accessibilità invece

non presenta una tendenza univoca, con aziende in miglioramento e altre in peggioramento. Mediamente, il punto critico è quello dei tempi di attesa per l'accessibilità al *contact center*.

L'analisi condotta sui siti *web* rileva mediamente un miglioramento di tutti gli aspetti, con l'esclusione di quelli relativi alla comunicazione e alla partecipazione degli utenti. Fra i punti in forte miglioramento si registrano il livello di interattività (gestione dei contratti, controllo dei consumi e delle tariffe, informazioni di trasporto specialmente riferite ai disabili) e lo sviluppo tecnologico (qualità del *server* e della connessione); in miglioramento anche la trasparenza e l'accessibilità dei siti (navigabilità). L'aspetto della comunicazione risulta invece penalizzato da un andamento negativo di tutti gli indici esaminati e in particolare di quello relativo alle forme di partecipazione diretta degli utenti attraverso il sito.

¹ COM (2004) 374.

10.1 L'accessibilità commerciale dei servizi: analisi dei *contact center* di Acea, Ama, Atac e Zétema

Lo studio delle modalità con le quali l'azienda rende disponibili ai cittadini le informazioni sul servizio erogato rappresenta un importante strumento per poter valutare una delle componenti che qualificano l'accessibilità al servizio stesso. In relazione a questo contesto l'Agenzia ha avviato nel corso del 2003, e proseguito nel 2004, una ricognizione comparativa dello stato dell'arte dei servizi di informazione e di assistenza telefonica resi dai *contact center* delle aziende del Gruppo Comune di Roma più significative in termini di "contatto" con i cittadini (Acea, Ama, Atac, Zétema e Servizio ChiamaRoma 060606 limitatamente alle informazioni di 1° livello fornite sulla Ta.Ri. – Tariffa Rifiuti).

Lo scopo che si è voluto raggiungere è stato duplice: da un lato, si sono presentati i risultati di un sistema di valutazione che prevedeva, oltre ai classici aspetti relativi alle *performance* tecniche, anche quelli legati alle *performance* organizzative e strutturali; dall'altro, si intendeva evidenziare le buone pratiche emerse nel corso dell'indagine e suggerire una serie di requisiti che un servizio di *contact center* deve necessariamente possedere per soddisfare gli standard di servizio.

Alla luce di quanto emerso nel corso delle indagini (pubblicate nei mesi di aprile 2004 e agosto 2005) si è ritenuto opportuno ripetere tale attività di analisi al fine di verificare l'andamento nel tempo della qualità del servizio, nonché l'efficacia delle azioni aziendali eventualmente poste in essere.

10.1.1 Metodologia adottata e standard di riferimento

Il lavoro ha riguardato la verifica dei livelli di servizio quantitativi e qualitativi utilizzando la tecnica del *mystery call* (simulazione di cliente fantasma), effettuando, nel mese di dicembre 2006, 1.000 rilevazioni distribuite in maniera omogenea nel corso della giornata e della settimana. I rilevatori si sono serviti di prospetti predefiniti costruiti su specifici parametri di rilevazione. In particolare è stata sviluppata una struttura di indicatori di qualità fondata su una piramide gerarchica in cui i macrofattori della qualità (indicatori di primo livello) sono caratterizzati da ulteriori fattori (indicatori di secondo livello) che a loro volta si concretizzano in elementi di valutazione quali-quantitativi di ciascun aspetto del servizio (Tav. 10.1 e Tav. 10.2). Per ciascuno degli indicatori di terzo livello è stata introdotta una griglia di valutazione secondo una scala numerica 0-100, in misura proporzionale al grado di aderenza allo standard di riferimento tendenziale da raggiungere. Il passaggio dal terzo al secondo livello e successivamente al primo livello ha previsto l'introduzione di fattori di ponderazione relativi al grado di importanza che ciascun fattore rappresenta rispetto all'erogazione del servizio. Il risultato finale è quindi un valore numerico compreso tra 0 e 100: per consentire una più agevole interpretazione dei dati è stata introdotta

Tav. 10.1 Analisi sui *contact center*: assegnazione dei punteggi e formulazione del giudizio sintetico finale

Simb.	Intervallo punteggio	Definizione
+	91 - 100	Risponde pienamente agli standard tendenziali da raggiungere
+/□	76 - 90	Risponde in misura sostanzialmente adeguata agli standard tendenziali da raggiungere
□	61 - 75	Risponde sufficientemente agli standard tendenziali da raggiungere
□/-	41 - 60	Risponde solo in minima parte agli standard tendenziali da raggiungere
-	0 - 40	Non risponde agli standard tendenziali da raggiungere

una chiave di lettura simbolica dei valori numerici ottenuti per ciascuno dei fattori di primo livello.

Per quanto concerne la valutazione di qualità delle *mystery call* i vari elementi sono stati raggruppati fino ad ottenere tre indicatori di primo livello ovvero:

1. accessibilità al *contact center*;
2. qualità del contatto con gli utenti;
3. qualità delle risposte.

Per *accessibilità al contact center* si intende la possibilità di accedere al servizio in termini di repe-

Tav. 10.2 Livelli quantitativi e qualitativi del servizio di *contact center*

Indicatori I livello	Indicatori II livello	Indicatori III livello	Standard tendenziali da raggiungere	
1. Accessibilità al <i>contact center</i>	1. Reperibilità	1. Mezzi utilizzati per pubblicizzare il servizio	Immediata reperibilità	
	2. Costo del servizio e trasparenza del costo	1. Tipologia numero utilizzato e relativo costo	Numero verde	
		3. Accesso alle informazioni	1. Accessibilità da cellulare e fuori distretto	Piena accessibilità
	2. Esito del tentativo di contatto		100% di contatto avvenuto	
	3. Tipologia risposta fornita dal disco		Informativa	
	4. Tempi di attesa	1. Tempi di risposta	95% entro i 20 secondi	
		2. Tempi di attesa (per la risposta dell'operatore)	95% entro i 20 secondi	
		3. Tempi di attesa (per la formulazione della prima domanda)	100% entro 1 minuto	
	2. Qualità del contatto con gli utenti	1. Apertura chiamata	1. Identificazione dell'operatore	Identificazione spontanea dell'operatore nel 100%
			2. Saluto di accoglienza	Presente nel 100%
3. Forma di identificazione			Nome per i servizi di informazione, codice per i servizi di assistenza	
4. Identificazione dell'Ente			Presente nel 100%	
2. Chiusura chiamata		1. Identificazione operatore	Presente nel 100%	
		2. Identificazione dell'Ente	Presente nel 100%	
		3. Saluto di congedo	Presente nel 100%	
3. Qualità delle risposte	1. Qualità dell'interazione	1. Disponibilità	Almeno sufficiente nel 100%	
		2. Chiarezza espositiva	Almeno sufficiente nel 100%	
		3. Comprensione	Almeno sufficiente nel 100%	
		4. <i>Problem solving</i>	Almeno sufficiente nel 100%	
	2. Qualità delle informazioni fornite	1. Livello delle risposte	Esauriente nel 100%	
		2. Procedura della risposta	Diretta nel 100%	

Nota: per gli standard espressi in percentuale può essere ammesso uno scostamento del 5-10%.

ribilità del numero di telefono, costo del servizio, accesso alle informazioni e tempi di attesa.

La *qualità del contatto con gli utenti* concerne la capacità di interloquire nel migliore dei modi con

l'utente all'apertura ed alla chiusura della chiamata.

Per *qualità delle risposte* ci si riferisce alla capacità dell'operatore di recepire la richiesta dell'utente e di rispondere alla stessa in termini di qualità della

risposta fornita, dell'attività informativa e dell'attività di assistenza.

10.1.2 Analisi delle performance dei contact center

10.1.2.1 Servizio ChiamaRoma 060606 (limitatamente alle informazioni sulla Tariffa Rifiuti)

Il servizio oggetto dell'indagine è il *contact center* (060606) relativo al servizio Ta.Ri. svolto per conto di Ama. Le rilevazioni sono state effettuate nel mese dicembre 2006.

La sintesi dei risultati evidenzia un più che adeguato livello di qualità nella gestione dei flussi telefonici (accessibilità), testimoniato ad esempio dal 99% di esiti positivi di contatto (standard tendenziale: 100%) e dall'87% dei contatti con tempi di attesa per la formula-

zione della prima domanda entro un minuto (standard tendenziale: 100%). Sostanzialmente adeguata la qualità nel contatto con gli utenti sia in fase di apertura che di chiusura chiamata: margini di miglioramento del servizio possono essere individuati attraverso l'identificazione spontanea dell'operatore (avvenuta nel 75% dei casi rilevati contro uno standard tendenziale pari al 100%). Per quanto riguarda l'indicatore relativo alla "Qualità delle risposte", il livello di qualità risulta essere sufficientemente adeguato agli standard. La valutazione complessiva ha risentito della non soddisfacente performance della "Qualità dell'interazione". I dati di analisi raccolti evidenziano comunque un buon livello generale di qualità dei servizi resi agli utenti.

Nella Tav. 10.4 vengono riportati i livelli di giudizio sintetici ottenuti nel corso delle precedenti indagini del 2003 e del 2004, a confronto con gli attuali.

Tav. 10.3 Analisi dei livelli di servizio quantitativi e qualitativi relativi al servizio ChiamaRoma sulla Ta.Ri. (2006)

1. Accessibilità al <i>contact center</i>				2. Qualità del contatto con gli utenti		3. Qualità delle risposte	
1.Reperibilità	2.Costo e trasparenza	3.Accesso alle informazioni	4.Tempi di attesa	1.Apertura chiamata	2.Chiusura chiamata	1.Qualità dell'interazione	2.Qualità delle informazioni fornite
90	50	99	90	91	87	53	92
93/100 (+)				90/100 (+/□)		72/100 (□)	

Per la legenda si veda Tav. 10.1.

Tav. 10.4 Livelli di giudizio sintetici relativi al servizio ChiamaRoma sulla Ta.Ri. (2003-2006)

Indicatori di I livello	2003	2004	2006	Tendenza
Accessibilità al <i>contact center</i>	+	+/□	+	~
Qualità del contatto con gli utenti	+/□	□	+/□	~
Qualità delle risposte	+	+/□	□	~

Per la legenda si veda Tav. 10.1.

Si registra una tendenza all'aumento per due su tre indicatori di I livello: pertanto il giudizio complessivo si mantiene sostanzialmente positivo.

10.1.2.2 Acea - Telesportello servizi commerciali

Il servizio oggetto dell'indagine è il *contact center* Acea per i servizi di carattere commerciale. Le rilevazioni sono state effettuate nel mese di dicembre 2006.

La sintesi dei risultati evidenzia un quasi sufficiente livello di qualità nella gestione dei flussi telefonici:

l'elemento di criticità è rappresentato dai tempi di attesa (ad esempio, in nessun caso i tempi di attesa per la risposta dell'operatore sono stati inferiori ai venti secondi a fronte di uno standard tendenziale pari al 95%, e solo nel 5% delle volte si è potuto formulare la prima domanda entro 1 minuto a fronte di uno standard tendenziale pari al 100%), i cui livelli non adeguati determinano una potenziale barriera all'accesso del servizio.

La qualità nel contatto con gli utenti risulta pienamente adeguata sia in fase di apertura che di chiusura chiamata.

Tav. 10.5 Analisi dei livelli di servizio quantitativi e qualitativi relativi al Telesportello Acea – servizi commerciali (2006)

1. Accessibilità al <i>contact center</i>				2. Qualità del contatto con gli utenti		3. Qualità delle risposte	
1.Reperibilità	2.Costo e trasparenza	3.Accesso alle informazioni	4.Tempi di attesa	1.Apertura chiamata	2.Chiusura chiamata	1.Qualità dell'interazione	2.Qualità delle informazioni fornite
80	75	96	33	99	99	99	96
60/100 (□/-)				99/100 (+)		98/100 (+)	

Per la legenda si veda Tav. 10.1.

Per quanto attiene infine la qualità delle risposte, si registra un buon livello sia per quanto attiene la qualità dell'interazione sia nella qualità delle informazioni fornite.

Nella Tav. 10.6 vengono riportati i livelli di giudizio sintetici ottenuti nel corso delle precedenti

indagini del 2003 e del 2004, a confronto con gli attuali.

Si registra una tendenza al miglioramento ed il pieno raggiungimento degli standard tendenziali per tutti gli indicatori di I livello, ad eccezione della "Accessibilità al *contact center*".

Tav. 10.6 Livelli di giudizio sintetici relativi al Telesportello Acea – servizi commerciali (2003-2006)

Indicatori di I livello	2003	2004	2006	Tendenza
Accessibilità al <i>contact center</i>	□/-	□	□/-	~
Qualità del contatto con gli utenti	□/-	□	+	~ ~
Qualità delle risposte	+	+/□	+	~

Per la legenda si veda Tav. 10.1.

10.1.2.3 Acea - Segnalazione guasti elettrici

Il servizio oggetto dell'indagine è il *contact center* Acea per la segnalazione dei guasti elettrici. Le rilevazioni sono state effettuate nel mese di dicembre 2006.

La sintesi dei risultati evidenzia un sufficiente livello di qualità nella gestione dei flussi telefonici: elemento di indubbia criticità è rappresentato dal valore dei tempi di

attesa (ad esempio, solo nel 7% dei casi i tempi di attesa per la formulazione della prima domanda all'operatore non hanno superato un minuto a fronte di uno standard tendenziale pari al 100%), il cui basso livello determina una significativa barriera all'accesso del servizio. Occorre altresì segnalare che, una volta che si sia superata la soglia, si osserva una più che buona qualità delle risposte fornite.

Tav. 10.7 Analisi dei livelli di servizio quantitativi e qualitativi relativi al *contact center* Acea per la segnalazione dei guasti elettrici (2006)

1. Accessibilità al <i>contact center</i>				2. Qualità del contatto con gli utenti		3. Qualità delle risposte	
1.Reperibilità	2.Costo e trasparenza	3.Accesso alle informazioni	4.Tempi di attesa	1.Apertura chiamata	2.Chiusura chiamata	1.Qualità dell'interazione	2.Qualità delle informazioni fornite
80	100	100	36	100	100	89	94
64/100 (□)				100/100 (+)		98/100 (+)	

Per la legenda si veda Tav. 10.1.

Ottima è la qualità del contatto con gli utenti sia in fase di apertura che chiusura di chiamata. Nella Tav. 10.8 vengono riportati i livelli di giudizio sintetici ottenuti nel corso delle precedenti indagini del 2003 e del 2004, a confronto con gli attuali. Si registra una sostanziale aumento dei dati relativi

agli indicatori di I livello; il giudizio complessivo, tuttavia, permane negativo solo per la "Accessibilità" mentre la "Qualità del contatto con gli utenti" e la "Qualità delle informazioni fornite" sono sostanzialmente adeguati agli standard tendenziali da raggiungere.

Tav. 10.8 Livelli di giudizio sintetici relativi al *contact center* Acea per la segnalazione dei guasti elettrici (2003-2006)

Indicatori di I livello	2003	2004	2006	Tendenza
Accessibilità al <i>contact center</i>	□/-	□/-	□	~
Qualità del contatto con gli utenti	□/-	□/-	+	~ ~ ~
Qualità delle risposte	+	+	+	''

Per la legenda si veda Tav. 10.1.

10.1.2.4 Acea - Segnalazione guasti idrici

Il servizio oggetto dell'indagine è il *contact center* Acea per la segnalazione dei guasti idrici. Le rilevazioni sono state effettuate nel mese di dicembre 2006. La sintesi dei risultati evidenzia una sufficiente adeguatezza per la qualità nella gestione dei flussi telefonici: ulteriori margini di miglioramento possono essere conseguiti attraverso la diminuzione dei tempi di attesa (ad esempio, solo nel 23% dei casi è possibile formulare la domanda all'operatore entro un minuto) che, come già evidenziato,

rappresentano una potenziale barriera alla fruizione del servizio.

La qualità del contatto con gli utenti sia in fase di apertura che chiusura di chiamata appare soddisfare in misura sostanzialmente adeguata lo standard di servizio.

Per quanto attiene infine la qualità delle risposte, si registra un ottimo livello sia per la qualità dell'interazione sia per la qualità delle informazioni fornite.

Nella Tav. 10.10 vengono riportati i livelli di giudizio sintetici ottenuti nel corso delle precedenti indagini del 2003 e del 2004, a confronto con gli attuali.

Tav. 10.9 Analisi dei livelli di servizio quantitativi e qualitativi relativi al *contact center* Acea per la segnalazione dei guasti idrici (2006)

1. Accessibilità al <i>contact center</i>				2. Qualità del contatto con gli utenti		3. Qualità delle risposte	
1.Reperibilità	2.Costo e trasparenza	3.Accesso alle informazioni	4.Tempi di attesa	1.Apertura chiamata	2.Chiusura chiamata	1.Qualità dell'interazione	2.Qualità delle informazioni fornite
80	100	100	44	81	79	90	94
68/100 (□)				80/100 (+/□)		92/100 (+)	

Per la legenda si veda Tav. 10.1.

Tav. 10.10 Livelli di giudizio sintetici relativi al *contact center* Acea per la segnalazione dei guasti idrici (2003-2006)

Indicatori di I livello	2003	2004	2006	Tendenza
Accessibilità al <i>contact center</i>	□	+/□	□	~
Qualità del contatto con gli utenti	□/-	□/-	+/□	~ ~
Qualità delle risposte	+	+	+	''

Per la legenda si veda Tav. 10.1.



Si registra un andamento differente per i tre indicatori di I livello: una diminuzione per l'accessibilità, un deciso aumento per la qualità del contatto mentre una stabilità per la qualità delle risposte. Il giudizio complessivo, pertanto, risulta pressoché adeguato agli standard ad eccezione per il primo indicatore (accessibilità), che supera di poco la sufficienza.

10.1.2.5 Acea - Segnalazione guasti illuminazione pubblica

Il servizio oggetto dell'indagine è stato il *contact center* Acea per la segnalazione guasti dell'illuminazione pubblica. Le rilevazioni sono state effettuate nel mese di dicembre 2006.

Tav. 10.11 Analisi dei livelli di servizio quantitativi e qualitativi relativi al *contact center* Acea per la segnalazione dei guasti relativi all'illuminazione pubblica (2006)

1. Accessibilità al <i>contact center</i>				2. Qualità del contatto con gli utenti		3. Qualità delle risposte	
1.Reperibilità	2.Costo e trasparenza	3.Accesso alle informazioni	4.Tempi di attesa	1.Apertura chiamata	2.Chiusura chiamata	1.Qualità dell'interazione	2.Qualità delle informazioni fornite
80	100	98	36	89	82	90	94
63/100 (□)				86/100 (+/□)		92/100 (+)	

Per la legenda si veda Tav. 10.1.

La sintesi dei risultati evidenzia una sufficiente adeguatezza nel livello di qualità nella gestione dei flussi telefonici: ulteriori margini di miglioramento possono essere conseguiti attraverso la diminuzione dei tempi di attesa (ad esempio solo nel 3% dei casi si riceve risposta dall'operatore entro venti secondi dalla risposta del disco) che, anche per questo *contact center*, rappresentano una potenziale barriera all'accesso del servizio. La qualità del contatto con gli utenti, sia in fase di aper-

tura che chiusura di chiamata, risponde in maniera sostanzialmente adeguata agli standard di servizio. Per quanto attiene infine la qualità delle risposte, si registra un buon livello sia per quanto riguarda la qualità dell'interazione sia per la qualità delle informazioni fornite; entrambi gli indicatori rispondono adeguatamente agli standard tendenziali. Nella Tav. 10.12 vengono riportati i livelli di giudizio sintetici ottenuti nel corso delle precedenti indagini del 2003 e del 2004, a confronto con gli attuali.

Tav. 10.12 Livelli di giudizio sintetici relativi al *contact center* Acea per la segnalazione dei guasti relativi all'illuminazione pubblica (2003-2006)

Indicatori di I livello	2003	2004	2006	Tendenza
Accessibilità al <i>contact center</i>	□	+/□	□	~
Qualità del contatto con gli utenti	□/-	+/□	+/□	''
Qualità delle risposte	+	+	+	''

Per la legenda si veda Tav. 10.1.

Si registra una consistente tendenza al peggioramento per il primo indicatore di I livello che supera appena la sufficienza, mentre una stabilità per gli altri due che raggiungono sostanzialmente gli standard tendenziali.

10.1.2.6 Ama - Informazioni su igiene urbana

Il servizio oggetto dell'indagine è il *contact center* Ama. Le rilevazioni sono state effettuate nel mese di dicembre 2006.

La sintesi dei risultati evidenzia un sufficiente livello di qualità nella gestione dei flussi telefonici. Tuttavia il valore dei tempi di attesa rappresenta un elemento di indubbia criticità che determina una potenziale barriera all'accesso del servizio (ad esempio: in nessun caso la risposta dell'operatore è avvenuta entro i venti secondi dalla risposta del disco, a fronte di uno standard tendenziale pari al 95% e solo nel 3% dei casi si è potuto formulare la prima domanda entro un minuto, a fronte di uno standard tendenziale del 100%).

Tav. 10.13 Analisi dei livelli di servizio quantitativi e qualitativi del *contact center* Ama per le informazioni sul servizio di igiene urbana (2006)

1. Accessibilità al <i>contact center</i>				2. Qualità del contatto con gli utenti		3. Qualità delle risposte	
1.Reperibilità	2.Costo e trasparenza	3.Accesso alle informazioni	4.Tempi di attesa	1.Apertura chiamata	2.Chiusura chiamata	1.Qualità dell'interazione	2.Qualità delle informazioni fornite
90	100	97	32	100	100	99	96
61/100 (□)				100/100 (+)		98/100 (+)	

Per la legenda si veda Tav. 10.1.

Ottima la qualità nel contatto con gli utenti sia in apertura che in chiusura di chiamata. La qualità delle risposte fornite risulta adeguata agli standard tendenziali da raggiungere. Nella Tav. 10.14 vengono riportati i livelli di giudizio sintetici ottenuti nel corso delle precedenti indagini del 2003 e del 2004, a confronto con gli attuali.

Si registra un deciso aumento per l'indicatore di I livello relativo alla "Qualità del contatto con gli utenti", mentre gli altri due indicatori rimangono sostanzialmente invariati; il giudizio complessivo evidenzia che, salvo la criticità relativa ai tempi di attesa, gli standard tendenziali sono raggiunti in maniera piena.

Tav. 10.14 Livelli di giudizio sintetici relativi al *contact center* Ama per le informazioni sul servizio di igiene urbana (2003-2006)

Indicatori di I livello	2003	2004	2006	Tendenza
Accessibilità al <i>contact center</i>	+/□	□	□	∩
Qualità del contatto con gli utenti	□	□	+	∩
Qualità delle risposte	+	+	+	∩

Per la legenda si veda Tav. 10.1.

10.1.2.7 Atac - Informazioni sul trasporto pubblico locale

Il servizio oggetto dell'indagine è il *contact center* Atac relativo alle informazioni su abbonamenti, orari e percorsi Tpl. Le rilevazioni sono state effettuate nel mese di dicembre 2006.

La sintesi dei risultati evidenzia un sufficiente livello di qualità nella gestione dei flussi telefonici (accessibilità): elemento di indubbia criticità è rappresentato dal valore dei tempi di attesa (solo nel 28% dei casi i tempi di attesa per la formulazione della prima domanda all'operatore non hanno superato un

Tav. 10.15 Analisi dei livelli di servizio quantitativi e qualitativi relativi al *contact center* Atac per le informazioni sul Tpl (2006)

1. Accessibilità al <i>contact center</i>				2. Qualità del contatto con gli utenti		3. Qualità delle risposte	
1.Reperibilità	2.Costo e trasparenza	3.Accesso alle informazioni	4.Tempi di attesa	1.Apertura chiamata	2.Chiusura chiamata	1.Qualità dell'interazione	2.Qualità delle informazioni fornite
100	100	94	48	99	49	92	96
69/100 (□)				79/100 (+/□)		94/100 (+)	

Per la legenda si veda Tav. 10.1.



minuto a fronte di uno standard tendenziale pari al 100%), il cui basso livello determina una potenziale barriera all'accesso del servizio.

Sostanzialmente adeguata la qualità nel contatto con gli utenti: si evidenziano margini per migliorare il servizio in chiusura di chiamata, ad esempio attraverso l'identificazione spontanea dell'operatore (0% dei casi rilevati, a fronte di uno standard tendenziale pari al 100%).

Per quanto riguarda l'indicatore relativo alla "Qualità delle risposte", il livello di qualità risulta essere pienamente adeguato agli standard.

I dati di analisi raccolti evidenziano mediamente un buon livello generale di qualità dei servizi resi agli utenti, mentre il punto più debole è rappresentato dall'accessibilità e, in particolare, dai tempi di attesa.

Nella Tav. 10.16 vengono riportati i livelli di giudizio sintetici ottenuti nel corso delle precedenti indagini del 2003 e del 2004, a confronto con gli attuali.

Si registra una generale tendenza all'aumento di tutti gli indicatori di I livello, con un giudizio complessivo, ad esclusione dell'accessibilità, di sostanziale adeguatezza agli standard.

Tav. 10.16 Livelli di giudizio sintetici relativi al *contact center* Atac per le informazioni sul Tpl (2003-2006)

Indicatori di I livello	2003	2004	2006	Tendenza
Accessibilità al <i>contact center</i>	□	□/-	□	-
Qualità del contatto con gli utenti	□	□/-	+/□	- -
Qualità delle risposte	+/□	□	+	- -

Per la legenda si veda Tav. 10.1.

10.1.2.8 Atac - Gestione della sosta

I servizi oggetto dell'indagine sono il *contact center* Atac (06.57118333) per il rilascio dei permessi ZTL e merci, informazioni sulla sosta tariffata e per il rilascio dei contrassegni per i portatori di handicap. Le rilevazioni sono state effettuate nel mese di dicembre 2006.

La sintesi dei risultati evidenzia un livello di qualità nella gestione dei flussi telefonici sufficientemente adeguato agli standard: un elemento di potenziale criticità è rappresentato dal valore dei tempi di attesa (ad esempio, nel 33% dei casi i tempi di attesa per la formulazione della prima domanda all'operatore non hanno superato un minuto a fronte di uno standard

tendenziale pari al 100%) che rappresentano una potenziale barriera alla fruizione del servizio.

Buona la qualità nel contatto con gli utenti in apertura di chiamata, mentre in fase di chiusura si evidenziano margini per migliorare il servizio, ad esempio attraverso l'identificazione spontanea dell'operatore e dell'ente (rispettivamente nello 0% e nel 30% dei casi rilevati, a fronte di uno standard tendenziale pari al 100%). La qualità delle risposte fornite risulta sostanzialmente adeguata agli standard tendenziali da raggiungere. Nella Tav. 10.18 vengono riportati i livelli di giudizio sintetici ottenuti nel corso delle precedenti indagini del 2003 e del 2004 (si ricorda che nel 2003 e nel 2004 il servizio era gestito dalla Sta), a confronto con gli attuali.

Tav. 10.17 Analisi dei livelli di servizio quantitativi e qualitativi relativi al *contact center* Atac per gestione della sosta (2006)

1. Accessibilità al <i>contact center</i>				2. Qualità del contatto con gli utenti		3. Qualità delle risposte	
1.Reperibilità	2.Costo e trasparenza	3.Accesso alle informazioni	4.Tempi di attesa	1.Apertura chiamata	2.Chiusura chiamata	1.Qualità dell'interazione	2.Qualità delle informazioni fornite
80	50	90	47	97	41	92	89
65/100 (□)				74/100 (□)		90/100 (+/□)	

Per la legenda si veda Tav. 10.1.

Tav. 10.18 Livelli di giudizio sintetici relativi al *contact center* Atac per la gestione della sosta (2003-2006)

Indicatori di I livello	2003	2004	2006	Tendenza
Accessibilità al <i>contact center</i>	+	+/ <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	~
Qualità del contatto con gli utenti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	''
Qualità delle risposte	+/ <input type="checkbox"/>	+/ <input type="checkbox"/>	+/ <input type="checkbox"/>	''

Per la legenda si veda Tav. 10.1.

Si registra un peggioramento per l'indicatore di I livello relativo alla "Accessibilità al *contact center*", mentre gli altri due indicatori sono stazionari. Il giudizio generale permane ad un discreto livello di adeguatezza complessivamente sufficiente.

10.1.2.9 Zètema - Informazioni turistiche

I servizi oggetto dell'indagine sono il *contact center* Zètema (06.82059127) che gestisce le informazioni turistiche. Le rilevazioni sono state effettuate nel mese di dicembre 2006.

La sintesi dei risultati evidenzia un livello di qualità nella gestione dei flussi telefonici sufficientemente adeguato agli standard: un elemento di potenziale criticità è rappresentato dal valore dei tempi di attesa (ad esempio, nel 13% dei casi si ottiene una risposta dall'operatore entro i 20 secondi dalla risposta del disco a fronte di uno standard tendenziale

pari a al 95%, oppure nel 13% dei casi i tempi di attesa per la formulazione della prima domanda all'operatore non hanno superato un minuto a fronte di uno standard tendenziale pari al 100%) che rappresentano una potenziale barriera all'accesso al servizio.

Sufficiente la qualità nel contatto con gli utenti in apertura di chiamata, mentre altrettanto non può dirsi per la fase di chiusura dove, infatti, si evidenziano margini per migliorare il servizio, ad esempio attraverso l'identificazione spontanea dell'operatore e dell'ente (0% per entrambi gli aspetti nei casi rilevati, a fronte di uno standard tendenziale pari al 100%). La qualità delle risposte fornite risulta invece pienamente adeguata agli standard tendenziali da raggiungere.

Non essendo state effettuate rilevazioni del servizio negli anni passati non è possibile in questo caso effettuare confronti intertemporali.

Tav. 10.19 Analisi dei livelli di servizio quantitativi e qualitativi relativi al *contact center* Zètema per le informazioni turistiche (2006)

1. Accessibilità al <i>contact center</i>				2. Qualità del contatto con gli utenti		3. Qualità delle risposte	
1.Reperibilità	2.Costo e trasparenza	3.Accesso alle informazioni	4.Tempi di attesa	1.Apertura chiamata	2.Chiusura chiamata	1.Qualità dell'interazione	2.Qualità delle informazioni fornite
80	50	98	39	73	40	99	98
65/100 (<input type="checkbox"/>)				60/100 (<input type="checkbox"/>)		98/100 (+)	

Per la legenda si veda Tav. 10.1.

10.2 Analisi e valutazione dei canali *web* delle imprese di servizi pubblici nel Comune di Roma (Acea, Atac, Italgas e Ama)

Nel mese di gennaio 2007, a distanza di poco meno di due anni dalla prima indagine sui canali *web* delle imprese che erogano servizi pubblici locali nel

Comune di Roma (di seguito: imprese pubbliche locali o IPL romane), l'Agenzia ha condotto una nuova analisi e valutazione del livello di offerta dei

servizi *on line* delle aziende di pubblico servizio romane, con l'obiettivo di misurare la capacità delle stesse aziende di innovarsi e adattare la propria organizzazione *on line* alle esigenze dei cittadini-consumatori ma anche per continuare a valutare i risultati raggiunti rispetto al periodo precedente.

La prima indagine aveva evidenziato, infatti, risultati solo parzialmente soddisfacenti: i siti delle aziende di pubblica utilità capitoline avevano mostrato, a fronte di una sostanziale adeguatezza informativa e comunicativa, una ancora parziale diffusione della interattività per quasi tutti gli ambiti di gestione dei rapporti di clientela. Rispetto ai 21 servizi di rete prioritari, emergeva, infatti, come le imprese di pubblico servizio attive a Roma riuscivano mediamente ad offrirne in modo adeguato solo 10. Tra di essi, servizi *on line* utili per comunicare i consumi effettivi, per effettuare richieste di modifica del recapito delle fatture/bollette o ancora (in un caso) per pagare *on line*. La gestione dei contratti, le volture e le disdette, non trovavano, invece, spazio adeguato sui canali *web* esaminati, i quali al più permettevano di scaricare formulari, da inviare, successivamente, per posta o da presentare direttamente allo sportello.

Le aziende di pubblico servizio romane non fornivano neppure sistemi *on line* per chiedere preventivi o nuovi allacci, come pure manutenzioni e interventi in loco, o ancora, nell'ambito dei trasporti, strumenti per l'acquisto degli abbonamenti/card, o servizi interattivi per ottenere permessi di transito per zone a traffico limitato (ZTL), conoscere il traffico in tempo reale, o in ambito ambientale per gestire la tariffa sui rifiuti.

Con la nuova indagine conclusa a gennaio del 2007, l'Agenzia ha cercato, perciò, in primo luogo di misurare gli eventuali progressi ed i miglioramenti nel livello di offerta di servizi *on line* rispetto alla rilevazione precedente; quindi, ha ampliato la prospettiva di analisi individuando (ancora una volta attraverso l'esame comparativo delle migliori pratiche esistenti a livello nazionale ed internazionale) nuovi indicatori in modo da cercare di valutare anche l'efficacia dei servizi transattivi presenti.

Il nuovo obiettivo che l'Agenzia si è data con l'indagine del 2007 è stato, dunque, quello di chiarire quali fattori, in un panorama di ampliamento continuo dell'offerta di servizi interattivi *on line*, fossero in grado di determinare un efficace utilizzo degli stessi, e capire, quindi, perché moltissimi utenti di *public utilities* usino il *web* soprattutto per cercare informazioni, preferendo invece gli altri canali (come il telefono o lo sportello) per comunicare i consumi o per effettuare i pagamenti, pur potendo disporre di servizi di rete avanzati in grado di soddisfare anche queste specifiche esigenze.

Una indagine condotta dal Censis nel 2006 sui cittadini di Roma ha ben evidenziato la difficoltà dell'utenza delle aziende di servizio nello stabilire attraverso il *web* proficui rapporti di clientela. Solo il 9,1% dei cittadini della capitale nel 2006 sceglieva il *web* per interagire con le aziende a fronte di una quota quasi doppia (17,3%) che preferiva, invece, spostarsi verso gli sportelli ed un ulteriore 46,8% che si affidava al telefono per dialogare e ottenere servizi.

Sulla scarsa attrattività dei servizi *Internet* delle imprese che erogano servizi pubblici locali pesano probabilmente una serie di concause: da un lato il deficit di immediatezza della risposta rispetto al bisogno che *Internet* registra nei confronti del telefono, dall'altro la diffusa diffidenza verso i nuovi strumenti telematici delle aziende che offrono servizi di pubblica utilità, che non danno l'immagine di strutture indirizzate all'innovazione tecnologica.

Sul basso livello di fruizione del *web* delle aziende di pubblico servizio sembrerebbe incidere, infine, un ulteriore fattore motivazionale legato più che alla carenza dei servizi di rete, che come abbiamo visto sono comunque presenti rispetto ad alcune funzioni chiave nell'ambito dei rapporti di clientela, alla mancanza di una effettiva percezione da parte dell'utenza dell'efficacia dell'azione avviata attraverso *Internet*, sia rispetto alle modalità di risposta che rispetto ai tempi necessari per trattare la richiesta. L'incertezza nell'utente dei servizi di rete delle imprese di servizio pubblico circa lo svolgimento della procedura *on line* e soprattutto circa l'effettività del risultato, accentuerebbe quindi la tendenza già evidenziata al ridotto utilizzo di *Internet*, strutturale per questa tipologia di utenti.

Sulla base di queste considerazioni, per esaminare l'evoluzione dell'offerta dei servizi *on line* delle IPL romane, la nuova indagine del 2007 pur ripetendo l'esame delle stesse dimensioni conoscitive già scandagliate due anni prima, ha introdotto un nuovo criterio generale di rilevazione, cercando in primo luogo di cogliere quegli aspetti di *trasparenza del servizio* che più sono in grado di creare o rafforzare la fiducia nell'utente sull'efficacia delle transazioni *on line* avviate.

Ciascun sito è stato perciò esaminato verificando se fossero fornite adeguate *informazioni sulle caratteristiche e finalità della transazione* stessa e se fossero evidenziati con chiarezza i *risultati e gli effetti della transazione una volta attivata*, nonché se fossero indicati eventuali *tempi di completamento del processo, come pure lo stato di avanzamento dell'iter*.

Un ulteriore criterio generale di revisione degli indicatori dell'analisi 2007 rispetto all'edizione precedente, ha riguardato la misura della capacità del sito di integrare la propria offerta di informazioni e servizi con gli altri canali resi disponibili dall'azienda. Questo ampliamento di prospettiva scaturisce dal fatto che la continua diffusione dell'uso delle tecnologie per la comunicazione presso le famiglie italiane impone di evolvere e ampliare le modalità di ascolto e valutazione dell'uso che viene fatto dei nuovi canali e strumenti disponibili *on line*. L'indagine ha mirato quindi a valutare la capacità dei siti delle IPL di integrare i contenuti informativi e di rappresentare i processi di erogazione dei servizi aziendali come sistema multicanale intrecciato, dove è ad esempio possibile avviare un percorso informativo o transattivo via *web* e concluderlo tramite *Sms* o telefono, nella considerazione, appunto, che ove risulti necessario o opportuno, per l'esecuzione delle diverse fasi del servizio, si possano utilizzare i diversi canali disponibili e che quindi alcune fasi del processo possano essere svolte con il ricorso ad altri strumenti di comunicazione a distanza di uso comune come il fax, la posta o il telefono.

Questa prospettiva scaturisce dalla stessa direttiva del 27 luglio 2005 del Ministero dell'innovazione, per la qualità dei servizi *on line* e la misurazione della soddisfazione degli utenti (Gazzetta Ufficiale n. 243 del 18 ottobre 2005) che fa rientrare nell'accezione più ampia di "servizi *on line*" i servizi pubblici non mediati da sportello a cui è possibile accedere in modalità remota tramite i seguenti canali: *web*, chioschi telematici, Tv digitale, *contact center*, telefoni cellulari. In questa prospettiva la scelta dei canali *on line* di erogazione di

uno specifico servizio, per ciascuna azienda, deve perciò essere effettuata tenendo conto sia del livello di interazione necessario alla sua completa erogazione, sia dei dati che occorre scambiare con l'utente, sia delle specifiche esigenze di fruizione.

La nuova indagine, ha cercato quindi di cogliere oltre al semplice conteggio dell'accesso ai diversi canali e sportelli, una modalità di valutazione capace di tracciare un quadro d'insieme del sistema di interazioni e relazioni ente-utente, sia prevedendo un nuovo indicatore specificamente rivolto all'uso degli *Sms*, distinto dal nuovo indicatore relativo, invece, alla multicanalità (*contact center*, radio e Tv), sia considerando il riferimento al *contact center* o a specifici recapiti telefonici all'interno delle pagine relative ai singoli processi di erogazione di servizi *on line*, come un livello di interazione superiore alla mera presenza di generici contenuti informativi o al *download* di moduli.

Nell'ambito dei servizi transattivi sono stati, perciò, revisionati i livelli di interazione che costituiscono i parametri di valutazione degli indicatori (Tav. 10.20). I primi due livelli utilizzati nell'indagine 2005 relativi alla "offerta di informazioni" ed alla "possibilità di scaricare moduli" (interazione a una via), sono stati accorpate in un unico livello iniziale. Come grado di interazione successivo è stata introdotta la capacità di proporre all'utente del *web*, interessato a fruire di un servizio, un sistema integrato di offerta con il *contact center* o con uno sportello telefonico dedicato, mentre sono stati mantenuti i livelli 3 e 4 di interazione già previsti nella precedente indagine ossia formulare richieste tramite moduli (livello 3) e concludere la pratica o ottenere il servizio direttamente *on line* (livello 4).

Tav. 10.20 Servizi transattivi: i livelli di interazione (2007)

Livelli di interazione
1) Offerta d'informazioni o possibilità di scaricare moduli (interazione a una via o <i>one way</i>)
2) Integrazione della procedura <i>on line</i> con un <i>contact center</i> o sportello telefonico
3) Possibilità di presentare moduli <i>on line</i> , inclusa l'autenticazione dell'utente (interazione a due vie o <i>two ways</i>)
4) Possibilità di evadere l'intera pratica <i>on line</i> , compresa la decisione e l'ottenimento del servizio

Rispetto ai singoli indicatori che misurano i servizi transattivi ne sono stati introdotti due nuovi nell'ambito dei pagamenti: il primo è relativo alla integrazione dei pagamenti dell'ente con il sistema *on line* di Poste.it, l'altro è relativo alla presenza di informazioni o di strumenti transattivi per gestire la domiciliazione bancaria. I due indicatori sono stati introdotti nella consapevolezza che i due modelli di gestione dei servizi di pagamento si stanno conquistando una ampia fiducia e sono

perciò sempre più utilizzati dal pubblico.

Una particolare attenzione è stata rivolta, infine, alle prassi *on line* adottate rispetto alla *gestione dei reclami*. A tal fine sono state evidenziate le procedure di segnalazione, di presa in carico, di trasparenza rispetto all'*iter* procedurale e all'esito della segnalazione, gestite attraverso il *web*.

Questa area di interesse è stata oggetto di una specifica valutazione attraverso la definizione di 3

nuovi indicatori che hanno dato vita ad un nuovo indice di secondo livello inserito all'interno della macro-area "Comunicazione, partecipazione e relazionalità" e denominato "Reclami e contenzioso", che ha portato a 23 il numero totale di indici (Tav. 10.21).

La necessità di introdurre questo ambito di valutazione è scaturita anche dall'approvazione nel 2005 del "Regolamento per la gestione ed il trattamento dei reclami, delle segnalazioni e dei suggerimenti

nel Comune di Roma", valido anche per le aziende di pubblico servizio². Tale disposizione, stabilisce che i Contratti di servizio e le eventuali Carte dei servizi devono contenere "specifiche clausole che impongono alle Aziende l'adozione almeno degli stessi standard di qualità dei servizi previsti per il Comune di Roma". In particolare per le due fasi di più stretta "comunicazione" con i cittadini, cioè l'accoglienza della segnalazione/reclamo e la rela-

Tav. 10.21 Indici sintetici sulla qualità dei servizi *web* delle imprese di servizi pubblici locali nel Comune di Roma

N.	Indici di II livello	Macro-aree (Indici sintetici di I livello)
1	Trasparenza aziendale	I) Trasparenza e accesso
2	Accesso	
3	Trasparenza normativa	
4	Visione dei servizi	II) Qualità e interattività dei servizi in rete
5	Gestione del contratto	
6	Gestione bollette e fatture	
7	Consumi e tariffe	
8	Trasporto	
9	Trasporto dei disabili	
10	Mobilità	
11	Mobilità dei disabili	
12	Servizi di igiene urbana	
13	Igiene urbana tariffazione	
14	Navigabilità	III) Usabilità e accessibilità
15	Usabilità	
16	Accessibilità	IV) Comunicazione, partecipazione, relazionalità
17	Comunicazione <i>on line</i>	
18	Comunicazione istituzionale	
19	<i>Customer care</i>	
20	Partecipazione	
21	Reclami e Contenzioso	V) Sviluppo Tecnologico
22	Qualità <i>server</i> e connessioni	
23	Qualità dell' <i>html</i> e <i>web design</i>	

Fonte : Analisi e valutazione dei canali web delle IPL - Gennaio 2007.

² Deliberazione del Consiglio Comunale n. 136 del 16 giugno 2005.

tiva risposta, si prevede “l’obbligo della creazione di strutture fisiche (come sportelli e *call center*)”, la presenza di “modulistica, personale, linee telefoniche adeguate a ricevere i reclami in tutte le forme ammissibili (lettera, fax, telefono, posta elettronica, ecc.)” e “l’obbligo del rispetto dei tempi di istruttoria e risposta, almeno uguali” a quelli previsti dal Regolamento Comunale (anche in questo caso 30 giorni).

L’analisi parametrica applicata nell’indagine 2007 al modello di rilevazione (che ha raggiunto 115 indicatori contro i 107 del 2005) ha consentito per ciascuna delle 5 macro-aree generali (trasparenza e accesso; qualità e interattività dei servizi di rete; usabilità e accessibilità; comunicazione, partecipazione e relazionalità; sviluppo tecnologico) e per ciascuno degli indici specifici, di individuare un valore sintetico così da evidenziare 5 indici di primo livello e 23 indici di secondo livello per ciascun sito delle aziende di pubblico servizio e stabilire, sempre per ciascun sito, un indice generale capace di esprimere il valore finale complessivo (Tav. 10.21).

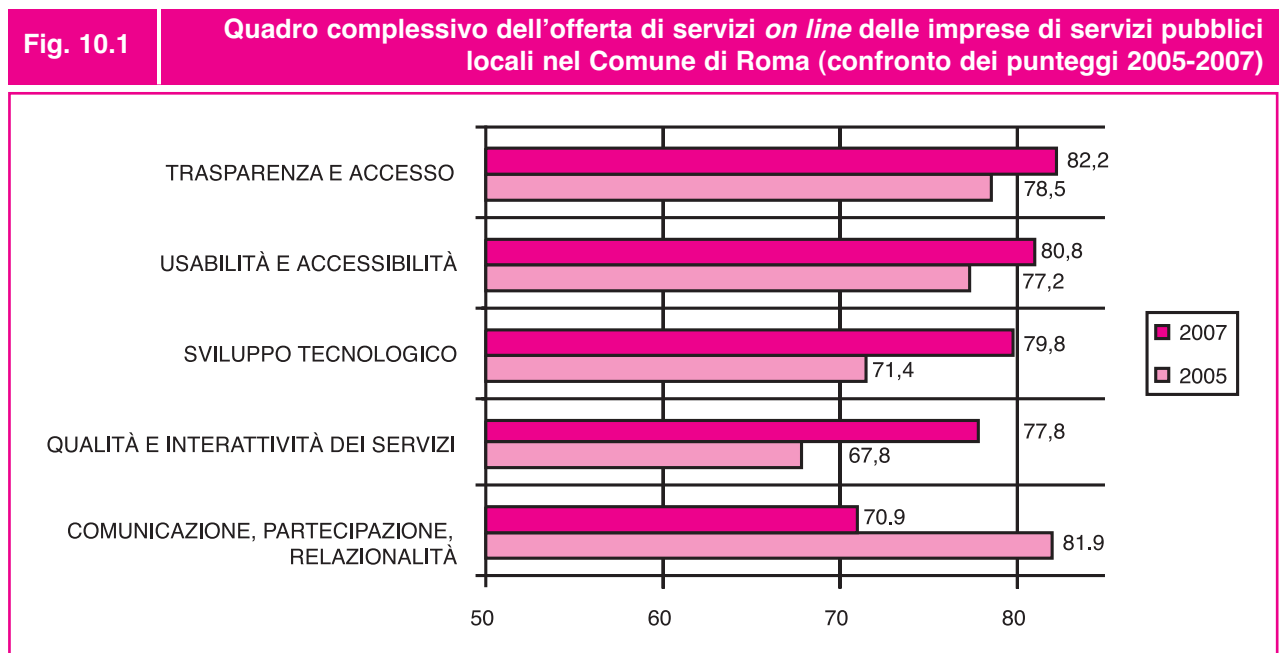
Il confronto tra i risultati generali e settoriali riportati dalle imprese di pubblica utilità nel 2007 con gli stessi valori ottenuti nel 2005 ha permesso, in primo luogo, di tracciare un primo quadro significativo dell’evoluzione del sistema di offerta di servizi di rete delle IPL che operano a Roma.

L’analisi 2007 si è poi concentrata, come già effet-

tuato nel 2005, sui siti delle imprese di pubblica utilità delle città metropolitane italiane (Torino, Milano, Venezia, Trieste, Genova, Bologna, Firenze, Roma, Bari, Napoli, Cagliari, Messina, Palermo, Catania) e su quelli di 4 grandi capitali europee (Berlino, Londra, Madrid, Parigi) relativamente alla sola macroarea della qualità e interattività dei servizi di rete. Confrontando i punteggi specifici attribuiti ai siti delle aziende di servizio pubblico capitoline con quelli dei siti degli enti e delle aziende attive nei centri urbani italiani e nelle maggiori capitali europee, è stato quindi possibile effettuare, anche nel 2007, il *rating* finale di categoria, nazionale ed europeo (Cfr. Par. 10.2.2).

10.2.1 Risultati dell’ultima indagine sui siti web delle imprese di servizi pubblici locali

La ripetizione dell’indagine a due anni di distanza, con i medesimi criteri, ha consentito all’Agenzia di operare una lettura trasversale del fenomeno dell’offerta di servizi *on line* da parte delle IPL di Roma che, prima ancora di offrire i risultati relativi a ciascuno dei siti analizzati, può restituire una fotografia della situazione complessiva che si presenta ai cittadini della capitale che utilizzano il *web* per interagire con le imprese dei servizi pubblici locali. Per ciascuno degli indici presi in considerazione, ricavato dalla interpolazione di diversi indicatori, sono state calcolate le medie, confrontandole con i risultati del 2005 (Fig. 10.1).



Fonte: Analisi e valutazione dei canali web delle IPL della città di Roma - Gennaio 2007.



La situazione in poco meno di due anni registra un evidente miglioramento, almeno sotto il profilo della qualità generale dei siti. Quattro dei cinque indici settoriali risultano infatti in crescita: più lieve per trasparenza/accesso e usabilità/accessibilità; maggiore per sviluppo tecnologico e soprattutto per la qualità e interattività dei servizi, che aveva registrato due anni fa i deficit maggiori. Risulta invece in arretramento la dimensione partecipativa (comunicazione, partecipazione, relazionalità).

C'è stato dunque uno sforzo, da parte delle IPL romane, di migliorare in questi ultimi due anni i propri siti per renderli maggiormente adeguati alle esigenze degli utenti in termini di disponibilità di informazioni, velocità di accesso, aderenza agli standard, adozione di tecnologie non discriminatorie. Uno sforzo che – oltre ad avere ricadute sulle aziende stesse in termini di efficienza – è apparso indirizzato anche ad avvicinare un numero maggiore di cittadini ai servizi *on line*, nella direzione di una modernizzazione generale della società a livello locale.

Il dato più significativo (Tav. 10.22) è l'innalzamento dei livelli di interattività nei servizi di rete di tipo transattivo (+14,7%), che si riscontra grazie soprattutto ad un netto miglioramento dell'offerta da parte di Acea che ha aumentato i livelli di servizio del proprio sito di distribuzione di elettricità, avvicinandosi e in qualche caso raggiungendo i massimi livelli di transattività, in particolare rispetto agli indicatori che afferiscono alla "gestione del contratto". In tale ambito sono stati previsti livelli di interattività avanzati come la possibilità di presentare richieste e moduli *on line*, inclusa l'autenticazione dell'utente secondo una logica di interazione a due vie, per le stipule, le volture e le disdette; analoghi miglioramenti si registrano anche per la parte relativa al controllo dei consumi. Grazie all'integrazione con Poste.it, anche la gestione dei pagamenti *on line* ha raggiunto un livello più adeguato rispetto a quanto osservato nel 2005. Allo stesso modo anche diversi servizi interattivi/transattivi prioritari di Atac (che è subentrata a Sta per la mobilità) e Ama sono apparsi in netto miglioramento: sul sito Atac sono comparse ad esempio le prime *web cam* sul traffico ed è ora possibile tramite i sistemi *on line* di Ama e del Comune disdire l'applicazione della tariffa sui rifiuti. Il risultato complessivo segnala come 13 dei 21 servizi prioritari sono offerti in modo adeguato da

almeno un sito *web* di una IPL romana, contro i 10 servizi che erano stati registrati nel 2005.

A fronte di un evidente miglioramento dei servizi di rete transattivi, va segnalata tuttavia una minore attenzione alla dimensione partecipativa e relazionale, in contrasto con le attuali tendenze di *Internet* – quelle che sono state etichettate come "*Web 2.0*". La differenza tra il *web* e qualsiasi altro mezzo di comunicazione è la possibilità di partecipazione diretta, in varie forme, da parte degli utenti. Una possibilità che si tramuta in potere reale quando viene concessa ai cittadini nella loro veste di fruitori di servizi di interesse pubblico.

La macro area "Comunicazione, partecipazione, relazionalità" è così l'unica che registra un peggioramento, peraltro anche piuttosto marcato essendo pari a oltre 13 punti percentuali. Il dato è solo in parte addebitabile ad un decadimento delle funzionalità già misurate nel 2005. Gran parte del calo è infatti attribuibile all'andamento complessivo del nuovo indice di secondo livello relativo alla gestione dei reclami, che ha fatto registrare il massimo (75/100) con il sito Italgas, ma livelli insoddisfacenti presso i siti delle altre IPL capitoline. Il nuovo indice sui reclami³ evidenzia infatti una grave carenza nell'adeguare anche il *web* a questa nuova funzionalità. L'analisi dei siti nell'ambito dei servizi di reclamo *on line* registra informazioni procedurali lacunose (con riferimento a tempi previsti e interlocutori coinvolti) e incertezza sull'esito dei reclami stessi. Manca infine un'attestazione, equivalente a tutti gli effetti a quella fornita allo sportello, atta ad evidenziare, appunto, i tempi e le modalità di risposta del proprio reclamo.

Sull'andamento complessivo dell'indice generale di "Comunicazione, partecipazione e relazionalità", va considerata inoltre anche l'influenza negativa dell'indice di secondo livello relativo alla "comunicazione *on line*" che ha registrato rispetto alla rilevazione precedente un calo di oltre 5 punti percentuali. Una variazione, che benché minima, riflette, in realtà, la presenza dei nuovi indicatori relativi alla capacità del sito di veicolare e far concludere il processo di erogazione dei servizi anche o esclusivamente verso gli altri canali *on line* come l'*Sms* o il *contact center*. Il peggioramento riflette, quindi, una ridotta capacità dei siti esaminati, o più in generale di alcune organizzazioni aziendali, di presentare o realizzare in modo

³ L'indice sui reclami è costituito da nuovi indicatori in grado di misurare la *trasparenza* del servizio di gestione del reclamo: adeguatezza dell'informazione alle caratteristiche e alle finalità della comunicazione; risultati ed effetti del reclamo avviato *on line*; certezza dei tempi di completamento dell'*iter* del reclamo e delle eventuali ulteriori interazioni necessarie.

Tav. 10.22 Andamento generale degli indici di secondo livello dei siti *web* delle imprese di servizi pubblici locali nel Comune di Roma (confronto dei punteggi 2005-2007)

Indici di I livello e di II livello		2005	2007	Var.
TRASPARENZA E ACCESSO		78,5	82,2	4,8%
<i>di cui:</i>	Trasparenza Aziendale	80,7	85,1	5,4%
	Accesso	67,5	72,5	7,5%
	Trasparenza normativa	81,3	91,7	12,8%
QUALITÀ E INTERATTIVITA' DEI SERVIZI		67,8	77,8	14,7
<i>di cui:</i>	Trasporti	82,4	82,4	0,0%
	Trasporto e disabili	54,5	72,7	33,4%
	Mobilità	64,3	76,0	18,2%
	Mobilità e disabili	57,1	71,4	25,0%
	Servizi di igiene urbana	70,0	84,2	20,3%
	Fornitura e tariffe di Igiene urbana	80,0	80,0	0,0%
	Visione dei servizi (Luce, Gas, Acqua)	70,4	66,7	-5,3%
	Gestione del contratto (Luce, Gas, Acqua)	58,9	71,0	20,5%
	Gestione bollette e fatture (Luce, Gas, Acqua)	80,0	83,9	4,9%
	Consumi e tariffe (Luce, Gas, Acqua)	63,5	79,7	25,5%
USABILITÀ E ACCESSIBILITÀ		77,2	80,8	4,6%
<i>di cui:</i>	Navigabilità	78,9	85,5	8,4%
	Accessibilità	81,0	81,1	0,2%
	Usabilità	72,3	72,3	0,0%
COMUNICAZIONE, PARTECIPAZIONE, RELAZIONALITÀ		81,9	70,9	-13,4%
<i>di cui:</i>	Comunicazione <i>on line</i>	79,0	74,7	-5,4%
	Comunicazione istituzionale	90,0	86,7	-3,7%
	<i>Customer care</i>	87,8	84,9	-3,4%
	Partecipazione	68,5	62,1	-9,4%
	Reclamo e Contenzioso	n.d.	51,4	n.d.
SVILUPPO TECNOLOGICO		71,4	79,8	11,7%
<i>di cui:</i>	Qualità <i>server</i> e connessioni	62,5	75,0	20,0%
	Qualità dell' <i>html</i> e <i>web design</i>	75,0	81,7	8,9%

Fonte : Analisi e valutazione dei canali *web* delle IPL - Gennaio 2007.

efficace un sistema di offerta multicanale. Atac adotta una adeguata politica di integrazione, dando sul proprio sito ampia visibilità a servizi come l'acquisto di biglietti e tessere per i parcheggi via *Sms*; Ama attua una chiara politica di comunicazione sinergica con il *contact center* del Comune, al fine di mettere in condizione l'utente *web* di proseguire il processo transattivo mediante altri canali a distanza. Diversamente, nel caso di Italgas e soprattutto di Acea (che pure ha decisamente migliorato la capacità di erogare servizi via *web*) si registra una più scarsa attenzione rispetto alla possibilità di adottare processi multicanale e di proporre quindi, attraverso i propri siti, percorsi di fruizione di servizi diversificati, anche in ragione del livello di interazione necessario per la loro ottimale erogazione. E' ovvio che i deficit dei siti *web* finiscono per riflettere i deficit dell'assetto organizzativo generale degli enti rispetto alla completezza e all'efficacia del proprio *set* di canali di contatto ed erogazione di servizi.

Altro indice che condiziona negativamente l'aspetto generale di "Comunicazione, partecipazione e relazionalità" è quello sulla partecipazione, che registra una riduzione sensibile (-9%). In alcuni siti esaminati, come nel caso dell'Ama, gli interventi per il miglioramento del *web design* e della capacità comunicativa hanno implicato la soppressione di alcune utili funzioni presenti nella versione precedente, come l'*email* diretta dal sito ed il *forum*. L'indice riflette questi cambiamenti che mostrano in effetti la "crisi" dei modelli seguiti nel primo decennio di diffusione del *web*; vale però la pena di osservare che la corretta esigenza di aggiornare i propri siti (in un periodo di nuove tendenze internazionali sulla partecipazione tramite *web*), non può comportare semplicemente la soppressione dei vecchi modelli, ma deve prevedere l'introduzione di strumenti innovativi. La scelta di Ama di ridurre il ruolo dei vecchi strumenti di comunicazione e partecipazione sembra in definitiva segnalare la consapevolezza della necessità di rinnovamento, senza tuttavia passare alla fase successiva di costruzione dei nuovi modelli di interazione⁴.

Per quanto riguarda, infine, le altre macroaree si è già osservato come esse evidenzino differenziazioni minime rispetto alla rilevazione precedente.

L'area "Trasparenza e accesso" presenta un incremento di valore (5% circa) che riflette soprattutto il buon andamento della trasparenza normativa (il cui punteggio sintetico è salito del 13% circa), accompagnato dal lieve miglioramento degli altri indici di secondo livello. L'evoluzione sulla trasparenza normativa c'è stata in tutti i siti: alcuni di essi (Italgas e i due siti Acea erano già al massimo nel 2005: 100%), mentre gli altri sono tutti migliorati sensibilmente. La dimensione informativa del *web* continua dunque a svolgere un ruolo centrale e le informazioni tendono in una certa misura a istituzionalizzarsi. Relativamente all'aspetto "Usabilità e accessibilità" si è osservato un vero e proprio incremento solo per ciò che riguarda la navigabilità, cioè per la presenza di tutti quegli accorgimenti che rendono semplice, veloce e piacevole la navigazione del sito tra i vari contenuti. Questo andamento scaturisce soprattutto dal miglioramento dei siti di Atac (in sostituzione di Sta) e di Ama (che ha rinnovato la propria offerta *on line*, cambiando il proprio *layout* e ampliando l'offerta di servizi). Acea, al di là dell'importante sforzo di miglioramento che ha determinato un notevole progresso in termini di qualità dei servizi interattivi, registra ancora *deficit* che ne penalizzano l'usabilità: nel caso specifico si è registrato un peggioramento del punteggio del sito Acea per effetto della persistente mancanza del motore di ricerca.

L'aspetto dello "Sviluppo tecnologico" è quello dove il miglioramento è stato tra i più consistenti, con un incremento del 12% da attribuire soprattutto alla migliore qualità di *server* e connessioni, alla maggiore efficienza delle reti e della connettività: un requisito semplice, ma essenziale per chi si rivolge a grandi numeri di utenti. Il merito, in questo caso, va soprattutto ai due siti Atac e a quello Ama. La qualità del *web design* non ha complessivamente subito variazioni di rilievo, salvo nel caso di Ama che con il rinnovamento attuato ha aumentato la propria valutazione da 55 a 80 punti.

⁴ È pur vero che il cosiddetto *Web 2.0* (che pone al centro la capacità dell'utenza di creare contenuti e servizi) si realizza attualmente in ambiti relativamente circoscritti, legati soprattutto alle attività del tempo libero. Sembra pertanto probabile che le organizzazioni più istituzionalizzate ne assimilino i contenuti con un certo ritardo. Alla luce di quest'ultima considerazione, i nuovi sistemi più efficaci e più trasparenti di gestione dei reclami e dei suggerimenti, come pure una più efficace integrazione dei canali *on line* sul *web*, potrebbero alimentare una nuova strategia partecipativa più orientata alle *community* di utenza, specificamente pensata per queste particolari aziende.

10.2.2 Il confronto nazionale e internazionale

L'ampliamento del *set* di servizi interattivi da parte del sito Acea nell'ambito della distribuzione elettrica, il passaggio alla gestione Atac dei servizi per la mobilità (con l'ampliamento delle funzionalità, peraltro già evolute, del sito dell'azienda di trasporto anche in direzione dei temi della mobilità urbana) e, infine, i miglioramenti del portale dell'Ama hanno contribuito a rafforzare la *leadership* capitolina rispetto al resto del paese, già emersa nel corso della rilevazione precedente.

L'Atac conferma la prima posizione ottenuta nel 2005 nell'offerta di servizi interattivi relativamente alla sezione trasporti ed estende il suo primato anche all'offerta di servizi interattivi *on line* dedicati alla mobilità. Il *web* sulla mobilità della capitale guadagna due posizioni rispetto alla rilevazione precedente, raggiungendo il primo posto, accanto ai siti dedicati alla mobilità di Torino e Venezia.

La nuova analisi del 2007 conferma, poi, gli ottimi risultati ottenuti nel 2005 da Italgas, al 2° posto dopo Vesta, e soprattutto da Ama che mantiene il primato insieme alla milanese Amsa.

La classifica degli sportelli *web* delle aziende elettriche evidenzia, infine, in modo chiaro l'*exploit* di Acea rispetto all'offerta di servizi *on line* di tipo più interattivo: l'azienda romana beneficia, anche nel confronto nazionale, dell'ampliamento delle funzionalità di rete del proprio sito per gestire *on line* i rapporti di clientela connessi alla fornitura di elettricità. Acea, con la rilevazione 2007, raggiunge quindi il 2° posto su base nazionale, posizionandosi subito dopo l'Enel e recuperando ben 3 posizioni nella graduatoria di categoria. Tutti gli indici di secondo livello che descrivono la macroarea dell'interattività assegnano ad Acea un ruolo di primo piano: il 2° posto negli indici relativi alla "gestione del contratto" e alla "gestione bollette", nonché il 3° posto nell'indice su "consumi e tariffe", attestano la qualità e la completezza dello sforzo di ampliamento dell'offerta di servizi interattivi realizzato dall'azienda.

Al buon andamento della sezione elettrica del sito di Acea, corrisponde tuttavia un arretramento di posizione per quanto riguarda gli sportelli *on line* relativi ai servizi idrici: rispetto a questa area di attività il sito di Acea scivola addirittura all'ottavo posto.

Il calo non riflette in realtà una diminuzione degli standard di offerta dello sportello *on line* idrico, rimasti sostanzialmente immutati, quanto piuttosto i progressi anche rilevanti riportati da molte IPL della distribuzione dell'acqua, soprattutto tra quelle attive nelle città del Mezzogiorno che, sino al 2005, se si eccettua l'azienda barese, non avevano alcuna significativa presenza sul *web*. Queste aziende nel riorganizzare i servizi di rete sono riuscite a realizza-

re negli ultimi due anni sistemi di comunicazione *on line* con nuove e più efficaci funzionalità, sfruttando probabilmente le esperienze maturate da altre aziende e adottando le più recenti innovazioni del settore, senza cadere in *lock-in* tecnologici determinati dalla presenza di sistemi arretrati preesistenti. Se la precedente indagine del 2005, anche nel confronto nazionale, tratteggiava per Roma e per le sue IPL l'avvio di un nuovo corso digitale incentrato sulla diffusione di servizi sempre più interattivi e alimentato da quella componente della domanda di servizi pubblici tecnologicamente più alfabetizzata e quindi più consapevole delle possibilità offerte dalle esperienze di navigazione *on line*, la nuova indagine 2007 – con la crescita dei servizi di rete interattivi rilevata nel periodo – evidenzia come l'attenzione delle IPL romane rispetto ai servizi di rete non sia scemata: laddove l'offerta di servizi interattivi risultava più carente, le aziende hanno colmato i *deficit* raggiungendo o avvicinando i migliori standard nazionali.

All'inizio del 2007 si può riconoscere come, in definitiva, l'infrastrutturazione di base dei servizi di sportello *on line* abbia raggiunto a Roma un livello di sostanziale adeguatezza, soprattutto se si considera il quadro dell'offerta nazionale.

A fronte della crescita dei servizi interattivi offerti tramite i siti *web*, si è tuttavia rilevata la contemporanea difficoltà delle imprese di pubblica utilità capitoline di realizzare un modello di offerta di servizi *on line* funzionale rispetto ai comportamenti di fruizione del pubblico del *web*, pregiudicando la possibilità di questi stessi sportelli di veicolare, attraverso le tecnologie di rete, risposte efficaci alle tante esigenze dei cittadini consumatori e quindi, in definitiva, di attrarre pubblico.

Al di là dei miglioramenti registrati dai canali *on line* delle imprese di pubblico servizio romane e dell'eccellente posizionamento a livello nazionale, l'indagine si è soffermata, allora, sullo scenario europeo dell'offerta *on line* delle aziende di pubblica utilità, per cercare di individuare *benchmark* più avanzati rispetto a quelli nazionali, così da definire parametri di confronto rispetto ai quali misurare con più efficacia le *performance* delle aziende capitoline nell'offerta di servizi *on line* e mettere a fuoco più chiare prospettive di miglioramento del servizio.

Il confronto europeo conferma le carenze già rilevate nel 2005, ma anche alcuni importanti progressi nell'ambito del macro indicatore della qualità e interattività dei servizi: resta generalmente ampio il divario delle IPL romane con le imprese di pubblico servizio europee, ma si registrano progressi da parte di Acea che supera l'azienda madrilenica in graduatoria rispetto al macroindicatore della qualità

e interattività dei servizi, avvicinandosi ai livelli di offerta delle aziende di Londra, Parigi e Berlino. Italgas, pur ottenendo un significativo terzo posto, rimane ancora distante dai migliori standard europei, rappresentati da Berlino e Parigi.

In generale il quadro europeo di offerta di servizi *on line* riflette un sistema di IPL attrezzate per fornire strumenti *web* sempre più transattivi e trasparenti, sia riguardo ai servizi *on line* realmente offerti che riguardo ai risultati e agli effetti delle azioni di volta in volta intraprese sullo sportello *Internet*.

Roma dovrà quindi riuscire ad accompagnare le significative dinamiche di crescita ancora in atto dell'infrastruttura *on line* con nuovi modelli di servizio

in grado di dare massima efficacia ai processi transattivi di rete e alimentare la fiducia dell'utenza rispetto alla possibilità di ottenere effettivamente tutti i servizi proposti via *web*. Solo agendo in questo modo i siti delle IPL capitoline si trasformeranno da strumenti residuali di contatto (troppo poco utilizzati per giustificare gli sforzi organizzativi necessari per prendere in carico i processi di rete, filtrare le esigenze e metterle in relazione con la struttura interna degli enti) a nodo strategico per la gestione dei rapporti di clientela e di interazione con il pubblico, capace di ottimizzare i flussi verso tutti i canali di contatto disponibili, soddisfare direttamente sempre più necessità dell'utenza e creare valore sociale.

